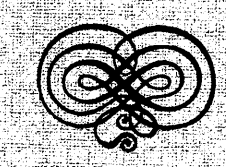
Konsumvereine

und

Privatgeschäfte.

Von Dr. J. Steiger.



Verlag von Helbing & Lichtenhahn, Basel.

Mit höfl. Dank für
gefl. Auskunft

[illegible] Dr. jur. J. Steiger

Redaktion der Basler Nachrichten

Bern

Konsumvereine

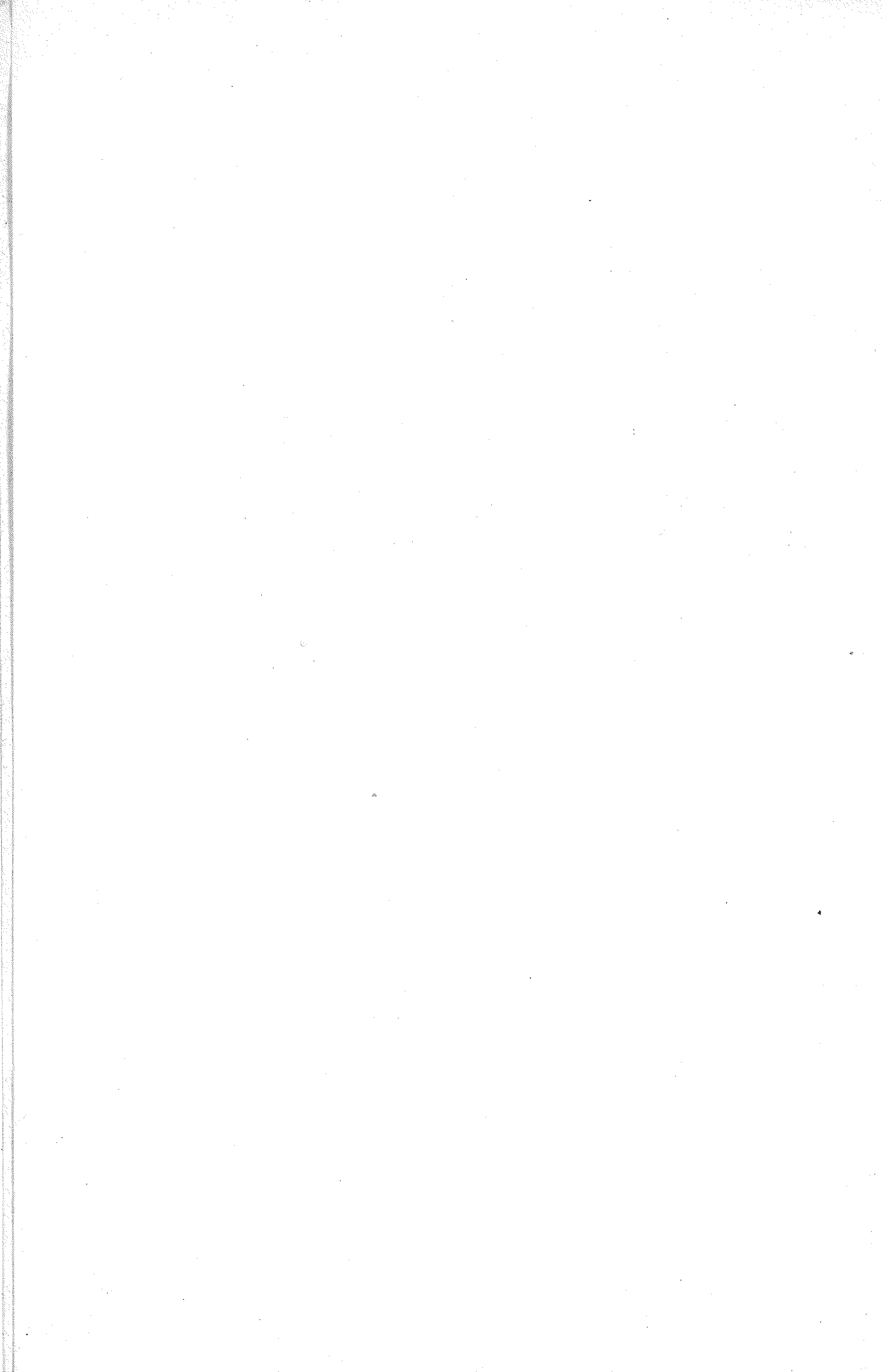
und

Privatgeschäfte.

Von

Dr. J. Steiger.

Basel
Verlag von Helbing & Lichtenhahn
1908.



Im Herbst 1907 haben in Basel heftige Preßfehden stattgefunden seitens der Anhänger des Allgemeinen Konsumvereins (A.C.V.) und der Konsumgesellschaft, der Repräsentantin der Privatgeschäfte. Dies hat den äußeren Anlaß zu vorstehender Studie gegeben, die zunächst unter dem Titel: „Zur Bedeutung der Konsumvereine in Basel und in der Schweiz“ in den „Basler Nachrichten“ veröffentlicht wurde. Der A.C.V., einer der bedeutendsten Konsumvereine, im Verhältnis zur Bevölkerungszahl von Basel, wenn nicht der bedeutendste überhaupt, spielt eine so große Rolle im wirtschaftlichen Leben der Stadt Basel, daß eine sachliche und objektive Abklärung und Präzisierung dieses Einflusses nach eingehender Untersuchung an Ort und Stelle zeitgemäß schien. Die nötigen Informationen wurden sowohl seitens der Organe des Konsumvereins, ihres Verbandes, als der Konsumgesellschaft bereitwillig in verdankenswerter Weise erteilt. Die in Basel bis anhin gemachten Erfahrungen dürften auch für andere Ortschaften, wo die Konsumvereine anfangen, eine ähnliche Rolle zu spielen, von Interesse sein.

Bern, Ende April. 1908

J. Steiger.

Der Verband schweizerischer Konsumvereine.

Vor einigen Monaten hat der Verband schweizerischer Konsumvereine eine auf 1. Januar 1907 abgeschlossene Statistik herausgegeben, die die bedeutsame Entwicklung der Konsumvereine in der Schweiz und in Basel scharf illustriert. Die Mitgliederzahl ist seit 1901 von 88,365 auf 152,494 gestiegen; der Wert der Liegenschaften von 7,9 Millionen auf 15,82 Mill. Fr. Die Vereinsumsätze haben die enorme Höhe von 61,693 Mill. erreicht gegen 33,98 Mill. 1901. Der Umsatz der Verbandsvereine repräsentiert wohl die größte Ziffer, die irgend eine geschäftliche Privatunternehmung in der Schweiz aufzuweisen hat. Zieht man die genossenschaftlichen Vereinigungen, die nicht dem Verband angehören, mit ein, wie z. B. den Konsumverein in St. Gallen, der vor einigen Jahren aus dem Verband getreten ist, aber einen Umsatz von 2 Mill. aufweist, u. s. w., bringt man die Höhe des Umsatzes der dem Verband angehörenden Konsumvereine auf Ende 1907 mit rund 70 Mill. Fr. in Anschlag, so darf man wohl sagen, daß der durch genossenschaftliche Konsumvereine in und außerhalb des Verbandes vermittelte Umsatz heute 72 Mill. Fr. überschritten hat. Es bedarf somit keines weiteren Hinweises, daß man es hier mit einer sehr bedeutsamen wirtschaftlichen Erscheinung zu tun hat, die vielen Orts für das wirtschaftliche Leben von einschneidender Wirkung gewesen ist und die hin und wieder die öffentliche Aufmerksamkeit in hohem Maße in Anspruch genommen hat. Es sei nur an

die große Kontroverse erinnert, die in diesem Blatt im Herbst 1907 zwischen Anhängern des Basler A. C. V. und der Basler Konsumgesellschaft stattgefunden hat, und die auch hauptsächlich Anlaß zu vorliegender Studie gegeben hat.

Von den erwähnten 72 Mill. Umsatz dürften ca. 3 Mill. auf die verschiedenen Konsumbäckereien fallen, 4 Mill. auf die Konsumschlächterei (es existiert nur eine in Basel) und 6—7 Mill. auf Milchgeschäfte, wovon $5^1/_2$ Mill. auf Basel fallen. Es bleiben somit ca. 57 Mill. für den Verkauf anderer Lebensmittel und Waren übrig, mit denen die Konsumvereine vornehmlich den Spezierern Konkurrenz bereiten, in zweiter Linie auch Wirten, Schuhhändlern u. s. w.

Diesen Erfolg verdanken die Konsumvereine verschiedenen Umständen: zunächst sind sie durch ihre kapitalistisch-demokratische Organisation dem Zug der Zeit gefolgt, die einen Schutz der Konsumenten verlangt gegenüber der immer stärker und rücksichtsloser werdenden Konzentration des Kapitals in der Beschaffung notwendiger Bedarfsartikel. Das Prinzip der Barzahlung ermöglicht den Vereinen einen raschen Umsatz des Geldes. Die unverzinslichen Eintrittsgelder, die Zahlung für Anteilscheine und Konsummarken liefern reichliches und billiges Betriebskapital, und der hinter den Vereinen stehende kapitalkräftige schweizerische Einkaufsverband, zugleich Leiter des Ganzen, sichert auch dem kleinsten Verein die Vorteile der großkapitalistischen Einkaufsorganisation, die fortwährend verbessert wird und einstweilen einen gewissen Höhepunkt er-

reicht hat durch die Anlage der neuen bedeutenden Lagerhäuser in Pratteln, neben denen noch eines in Wülflingen besteht. Von dort und heute namentlich von Pratteln können die Vereine nicht nur jeden Moment einzelne oder mehrere Stücke von Waren kommen lassen, sie können auch größere für sie reservierte Posten dort lagern lassen, ohne sich in Kosten für Lagerräume u. s. w. stürzen zu müssen. Bloße Entrepots befinden sich in Buchs, Romanshorn, Baden und Genf.

Im Jahr 1907 hat das Engros-Verbandsgeschäft für 14.4 Mill. Fr. Waren an die Vereine abgegeben gegen 10.648 1906. Der Umsatz hat in den letzten Jahren jedes Jahr um mindestens eine Million zugenommen, 1907 um 4 Mill. Fr. Ohne daß man sich diese Organisation vergegenwärtigt, ist die Konkurrenzfähigkeit auch des kleinsten Konsumladens punkto Preis gegenüber den größern Privatgeschäften kaum recht verständlich. Die meisten Verkäufe mit den Vereinen sind naturgemäß in den Artikeln abgeschlossen worden, die am meisten den internationalen Preisschwankungen unterworfen sind oder wo nur durch rechtzeitigen Großeinkauf wirklich die billigsten Preise erzielt werden, wie bei Zucker, Wein, Teigwaren, Petroleum, Manufakturwaren, Fetten, Kakao und Chokolade, Seife, Kohlen, Suppenartikeln u. s. w.

In einem reichhaltig ausgestatteten Laboratorium in Basel werden von allen eingekauften Waren Stichproben erhoben in Bezug auf ihre Qualität, denn nicht „billig und schlecht", sondern „billig und gut" lautet die Parole beim Verband und bei

den meisten Vereinen. Auch Waren, die von den Vereinen nicht vom Schweiz. Verband bezogen worden sind, können gegen Gebühr dem Laboratorium zur Prüfung eingesandt werden.

Das Engros-Einkaufs- und Verkaufsgeschäft des Verbandes bildet gleichsam die großkaufmännische Denkmaschine für alle Konsumvereine, deren Vorsteher sich ohne große kaufmännische Bildung auf diese Weise in den Besitz kaufmännisch korrekt und billig eingekaufter Waren setzen können. Damit befinden sie sich ohne weiteres im Vorteil gegenüber dem kleinen Spezierer und Händler, der auf seine oft beschränkten Kenntnisse und Mittel angewiesen ist.

Diese Tatsachen müssen vorausgesandt werden, wenn man die Konkurrenzfähigkeit der in der Regel von einfachern Leuten dirigierten Konsumvereine verstehen will.

Was nicht wenig zur Ausdehnung und Popularisierung der Konsumvereinssache beigetragen hat, ist die stetige Propaganda durch Vorträge zu Stadt und zu Land, um dem Publikum das Verständnis für die genossenschaftliche Konsumentenorganisation beizubringen.

* * *

Im Ausland ist man ähnlich vorgegangen. In der Schweiz steht das Konsumvereinswesen eigentlich erst am Anfang der Entwicklung, wenn man die erreichten Erfolge mit denen in Großbritannien vergleicht, wo z. B. die 1864 gegründete Großeinkaufsgesellschaft in Manchester 1906 einen Um-

satz von 562,75 Mill. Fr. erzielt hat und die schottische Gesellschaft 178,5 Mill. Fr.

		Mitgl.-Zahl d. angeschlossenen Genossenschaft.	Umsatz der Großeinkaufsgen.	Wert der Selbstproduktion	Umsatz der angeschloss. Genossensch.
			in Millionen Franken		
Dänische Einkaufsgenossenschaft 1884	1904	129,300	31,6	2,22	41,59
	1906	155,680	43,05	3,168	63,45
Großeink.-Genoss. deutsch. Konsumv. in Hamburg 1893	1904	530,000	42,4	80	184,24
	1906	695,000	58,13	—	223,47
Cooperative WholesaleCo.Soc. Manchester 1864	1904	1,594,000	495,23	89,218	966,43
	1906	1,703,000	562,75	112,78	1041,35
Scot. Cooper. Wholes. Society Glasgow 1868	1904	321,000	170,03	46,92	516,3
	1906	375,000	178,5	48,9	542,5
Verband schweizerischer Konsumvereine	1904	126,700	7,673	—	48,51
	1906	152,380	10,65	—	61,81
	1907	170,000	14,35	—	69,59

Bei der Selbstproduktion ist der Wert der in den Betrieben der V e r b ä n d e hergestellten Waren angegeben. Wenn man die Gesamtsumme des Wertes der in genossenschaftlichen Betrieben überhaupt (Produktionsabteilungen der lokalen Konsumvereine, reine Produktivgenossenschaften u n d Betriebe der Verbände)hergestellten Waren rechnet, so kommt man bei Manchester auf den Betrag von400,847,000 Franken für das Jahr 1906, nach den Angaben des offiziellen englischen Handelsamtsblattes — eine enorme Summe.

Aus diesen Zahlen geht speziell die Ueberlegenheit Englands, Schottlands und Dänemarks auch im

Verhältnis zur Bevölkerung deutlich hervor in Bezug auf die genossenschaftliche Einkaufs- und Produktionsorganisation, sowie betreffend Umsatz der Konsumvereine.

Als Ganzes genommen sind die Konsumvereine und namentlich ihr Verband ein durchaus kapitalistisches Gebilde, das kraft seiner Kapitalmacht jedes kleinere Geschäft an die Wand zu drücken vermag und schon Vielen dieses Schicksal bereitet hat. Der Unterschied zwischen einem großen Privatgeschäft oder einer Aktiengesellschaft als kapitalistisches Gebilde ist bloß der, daß dort das Kapital sich auf wenige Schultern verteilt und wenige Leute den ganzen Profit in die Tasche stecken. Beim Verband gibt es heute ca. 170,000 „Kapitalisten", denen der Gewinn in Form von Rückvergütungen ausgehändigt wird, die 1907 4,74 Mill. gegen 4,5 Mill. Fr. 1906 betrugen. Das ist gesunder Kapitalismus für die Konsumenten. Ganz anders empfinden ihn aber die Spezereihändler und Gewerbsleute aller Art. Für sie ist es vollständig gleichgültig, ob sie von einem großen Aktiengeschäft, einem privaten Großkapitalisten oder einer gleich kapitalkräftigen Konsumorganisation in die Ecke gedrückt werden.

Es müssen deshalb schon sehr triftige Gründe sein, bis man die Konsumvereinsbewegung alles in allem genommen, als eine wirtschaftlich wohltätige und berechtigte Erscheinung anerkennen darf. Zur Abklärung dieser Frage beizutragen ist der Zweck dieser Studie.

Die Großbetriebe des A. C. V. der Stadt Basel.

„Der Allgemeine Konsumverein in Basel ist ein Kind der Not.“ So beginnt der verstorbene Christian G a ß seine Denkschrift: „Die ersten 25 Jahre des A. C. V. in Basel.“ Er fährt dann fort: „Bekanntlich wütete in der ersten Hälfte der 60er Jahre in den Vereinigten Staaten von Nordamerika der gewaltige Kampf um die Befreiung der Negersklaven, und da jenes Land schon damals eines der wichtigsten Absatzgebiete für Seidenbänder war, geriet die Hauptindustrie von Basel in eine ungewöhnlich lang andauernde Stockung. Infolge hievon blieben zahlreiche Arbeiterfamilien lange Zeit ohne Verdienst und kamen in bedrängte Lage, und gegen das Frühjahr 1865 wurde die Not in den Arbeiterkreisen so allgemein, daß sich öffentlich ein Hilfskomite bildete, und daß auch die Behörden sich fragten, was sie tun könnten, um die Lage einigermaßen zu bessern.

„Während man hin und her riet, trat der damalige Regierungssekretär und jetziger Ständerat, Herr Dr. Fr. G ö t t i s h e i m, mit einem Vortrag über Konsumvereine vor die Oeffentlichkeit. Er erzählte, wie anderwärts in ähnlichen Verhältnissen die Arbeiter sich durch Bildung von Genossenschaften selber zu helfen gesucht hätten, insbesondere wie der erste Konsumverein entstanden ist.

„Im Jahre 1843 traten nämlich in der englischen Fabrikstadt Rochdale etwa 12 notleidende Weber zusammen, um die Lebensbedürfnisse für sich und ihre

Familien gemeinschaftlich und in größeren Quantitäten einzukaufen. Damit das erforderliche Kapital aufgebracht werden konnte, mußte jeder wöchentlich 2 Pence (21 Cts.) einzahlen. Der neue Gedanke fand Anhänger; im Herbst 1844 war deren Zahl schon auf 40 gestiegen, und ihre Gesellschaftskasse enthielt etwa 700 Fr. Da stellten sie Statuten auf und gründeten die Rochdaler Genossenschaft der redlichen Pioniere. Am 21. Dezember 1844 eröffneten sie in der sog. „Krötengasse" unter allgemeinem Gespötte das erste Verkaufslokal. Sie errangen einen Erfolg, der ihre kühnsten Hoffnungen weit übertraf. Schon nach einem Jahrzehnt hatte sich die Genossenschaft zu einer großen Handelsgesellschaft emporgeschwungen, die unter der dortigen Arbeiterbevölkerung außerordentlich wohltätig wirkte.

„Dieses Beispiel zündete und der damals schon in Blüte stehende „Konsumverein Zürich" hatte den Beweis geliefert, daß Aehnliches auch in der Schweiz möglich ist. So traten denn im Juli 1865 etwa 100 Männer aus sehr verschiedenen Ständen zusammen und gründeten den „Allgemeinen Konsumverein in Basel"."

Dieser Verein hat eine ganz gewaltige Ausdehnung genommen. Von dem oben erwähnten Umsatz von 69,5 Mill. per 1. Jan. 1908 fallen nicht weniger als 17,8 Mill. auf den Allgemeinen Konsumverein der Stadt Basel, die sich wieder auf folgende Geschäftsabteilungen verteilen:

	1906 Mill. Fr.	1907 Mill. Fr.
Waren	3,761	3,913
Obst und Gemüse . . .	0,495	0,406
Bäckerei	0,875	1,061
Wein	0,797	0,815
Bier	0,345	0,353
Milch	4,842	5,530
Brennwaren	0,688	0,804
Mineralwasser	0,033	0,033
Schuhwaren	0,481	0,575
Schlächterei, Fleischwaren	3,871	4,125
Haushaltungsartikel . . .	0,139	0,185
Manufakturen	0,080	0,088
	16,404	17,888

Diese Detaillierung ist notwendig, um Klarheit zu geben, welche privaten Geschäftsbranchen unter der Konkurrenz der 17,8 Millionen Umsatz des Konsumvereins zu leiden haben. Die Hauptkonkurrenz bekommen die Spezierer, die Bäcker, die Metzger, die Milchhändler und die Wirte zu fühlen. Abgesehen von Bäckerei und Metzgerei wird das Handwerk vom Konsum weniger berührt, ebenso einstweilen noch, aber wahrscheinlich nicht mehr lange, die Geschäfte für Haushaltungsartikel und Manufakturen. Unberührt bleiben die verschiedenen für das wirtschaftliche Leben Basels ausschlaggebenden Industrien nebst den von ihnen abhängigen Erwerbszweigen, wie Speditionsgeschäfte, Banken, Hotels, im Gegenteil, sie haben alles Interesse daran, daß ihren Angestellten eine billigere Lebenshaltung durch den A. C. V. erleichtert wird.

Es ist daher eine grobe Uebertreibung, wenn der angebliche, aber nicht tatsächliche Stillstand Basels

durch die Ausdehnung des Konsumvereins erklärt werden will. Gewiß muß sich heute ein Spezierer, ein Bäcker, ein Metzger besinnen, bevor er in Basel ein neues Geschäft eröffnet. Er muß sein Geschäft sehr genau verstehen und Kapital besitzen, wenn er vom Konsumverein oder von den bestehenden großen Privatgeschäften nicht erdrückt werden will. Das hat aber mit der wirtschaftlichen Entwicklung Basels sehr wenig zu tun und vollends nicht angesichts der unzweideutigen wirtschaftlichen Verdienste, die sich der A. C. V. Basel, so gut wie die Vereine anderer Städte erworben hat. Diese Verdienste liegen hauptsächlich in der Milch-, Bäckerei- und Schlächtereibranche, letztere speziell für billige Fleischsorten und Wurstwaren.

* *
*

Es ist eine nachweisbare Tatsache, daß der Konsumverein mit der Gründung des Milchgeschäftes in den Achtzigerjahren Ordnung in die früher nicht erfreulichen Zustände auf diesem Gebiete gebracht hat. Der tägliche Konsum von 1600 Liter Anfang der Achtzigerjahre ist auf 50,000 bis 58,0000 Liter per Tag gestiegen, d. h. das Konsum-Milchgeschäft kontrolliert 55—58 % des gesamten Milchkonsums Basels. Zu dieser Zahl gelangt man, wenn man auf den Einwohner nach kompetenten Angaben 0,7—0,8 Liter per Tag rechnet, was bei der heutigen Einwohnerzahl einem täglichen Totalkonsum von 88,000—95,000 gleichkommt, an die das Milchgeschäft des A. C. V. wie erwähnt mit 55—58% beiträgt, ein genügender Prozentsatz, die

übrigen Milchlieferanten punkto Preis im Schach zu halten.

Diese Entwicklung verdankt das Geschäft der geschickten Leitung, der scharfen Kontrolle, der guten Qualität und der praktischen Organisation. Das Milchgeschäft besitzt zur Zeit 15 eigene Käsereien, in denen überflüssige Milch entweder zu Käse gemacht wird oder bei besonderer Nachfrage wird die Milch nach Basel geliefert, damit man stets allen Ansprüchen genügen kann. Von welcher Bedeutung die Beschaffung einer gleichmäßigen Milch für eine Stadt ist, braucht nicht näher erörtert zu werden.

Ein zweiter Punkt ist die Preisfrage. Angesichts der immer mächtiger werdenden Konzentrationsbestrebungen und übertriebenen Preistreibereien in der Landwirtschaft, ähnlich wie in der Industrie und speziell im Milchgeschäft, bildet ein so großes Geschäft wie der A.C.V. einen entscheidenden Faktor zur Regulierung der Preise. Jeder Centime mehr oder weniger per Liter kostet die Basler Milchkonsumenten die Summe von 850 Fr. per Tag oder 25—26,000 Fr. per Monat. Bekanntlich werden die Milchpreise durch den Gang der Käsefabrikation fast automatisch reguliert. Jede Hausse und Baisse in der Käseindustrie macht sich durch höhere oder tiefere Milchpreise mehr oder weniger geltend, wir sagen mehr oder weniger, denn die großen bestehenden Milchverbände sorgen schon dafür, daß die Preise bei fallender Konjunktur nicht zu rasch fallen und andererseits bei großer Käseproduktion möglichst rasch steigen. Es ist dies die Aufgabe jeder auf Konzentration einer Industrie oder

eines Gewerbes ausgehenden Organisation. In solchen Fällen können die Milchgeschäfte der Konsumvereine sehr wirkungsvoll einsetzen und sie tun es auch, und speziell in Basel, indem es ein anerkannter Grundsatz ist, daß Milch und Brot so billig als möglich zu liefern sind.

Genossenschaftsmolkereien, die über maschinelle Einrichtungen verfügen, finden sich außer in Basel noch in Bern, Genf, Luzern, Schaffhausen, Olten, Zug, Winterthur, Zürich und Vivis. Diese Molkereien haben oft eine beträchtliche Abnahme des Milchpreises zur Folge gehabt (in Genf von 25 Cts. per Liter auf 22 Cts., in Bern von 23 auf 22 Cts. mit der Eröffnung der Konsummolkerei u. s. w.). Verschiedene kleinere Vereine haben Abkommen getroffen mit Milchlieferanten für die Lieferung von Milch an die Mitglieder.

Ganz ähnlich wie mit den Milchgeschäften verhält es sich mit den Konsumbäckereien, die zahlreicher sind als die Milchgeschäfte, weil diese schwieriger zu organisieren sind. Konsum- oder sonst genossenschaftliche Bäckereien finden sich heute in einer ganzen Menge Ortschaften der Schweiz, so in Basel, Zürich, Bern, Winterthur, Cham, Buchs, Baden, Grabs u. s. w. Von ca. 230 Vereinen des Verbandes der Konsumvereine backen 60 Vereine selbst Brot. Die Genossenschaftsbäckereien in Basel und Bern kontrollieren gegen 15 % des gesamten Brotkonsums, Basel eher mehr als weniger. Jedenfalls regulieren sie die Brotpreise der genannten Städte. Aehnlich verhält es sich an anderen Orten. Man darf sagen, die Bäckereien und in gewissem

Sinne auch die Schlächterei in Basel sind bis jetzt die einzige produktive Leistung von Belang, die die Konsumvereine in der Schweiz aufzuweisen haben. Die Milchgeschäfte sind Zwischenhändler in der Hauptsache, wenn sie auch nebenbei Käse und Butter produzieren. Es kann niemand im Ernst bestreiten, daß die Brotpreise speziell im letzten Jahr in allen größern Ortschaften, wo Konsum- oder Genossenschaftsbäckereien sich befinden, früher gestiegen wären ohne die preisregulierende Wirkung der Konsumbäckereien, nach deren Haltung die übrigen Bäcker wohl oder übel sich richten müssen.

Der Betriebsüberschuß ist in der Regel weder in der Bäckerei noch im Milchgeschäft ein großer, was aus folgenden Zahlen des A. C. V. Basel hervorgeht:

	Bäckerei		Milchgeschäft	
	Gesamteinnahmen Fr.	Ueberschuß d. Einn. Fr.	Gesamteinnahmen Fr.	Ueberschuß d. Einnahm. Fr.
1900	499,885	39,544	3,471,243	237,785
1906	875,173	84,789	4,842,858	212,313
1907	1,061,135	122,553	5,529,841	176,540

1906 waren in der Milch erhöhte Ankaufspreise und da die Preise für die Konsumenten nicht oder nicht entsprechend erhöht wurden, mußte naturgemäß der Ueberschuß der Einnahmen trotz höherem Umsatz geringer werden.

Nach erheblichen Mißerfolgen ist es gelungen, wenigstens in Basel, auch den Fleischverkauf zu organisieren, der sich seit 1900 bedeutend entwickelt hat. An andern Orten hat man ähnliche Versuche bis jetzt gänzlich unterlassen oder sie sind mißlungen, wie am Anfang in Basel, in Chur und in Winter-

thur. Das Schlächtereigeschäft bietet auch viel mehr Schwierigkeit dar, als die Bäckerei oder das Milchgeschäft. Die Existenzberechtigung der Basler Schlächterei des A. C. V. ist durch nachstehende Zahlen hinreichend ausgewiesen.

	Umsatz in Mill. Fr.	Betriebsüberschuß nach erfolgten Abschreibungen	Fr.	% vom Umsatz
1900	1,714	Defizit	20,766	1,21
1901	2,152	Ueberschuß	3,102	0,14
1902	2,311	„	72,160	3,12
1903	2,646	„	94,705	3,57
1904	3,004	„	160,450	5,33
1905	3,451	„	160,773	4,65
1906	3,871	„	285,431	7,37
1907	4,125	„	251,051	6,12

Der Fleischverkauf beschränkt sich mehr auf den Massenkonsum, wobei Wurstwaren eine große Rolle spielen, sie machen einen Viertel des Umsatzes aus. Das Fleischgeschäft hat bis jetzt weniger konkurriert mit denjenigen Privatgeschäften, die die sogenannte feine Klientelle besitzen und die sich die sorgfältigste Spezialisierung der Fleischsorten angelegen sein lassen. Wenn sich die Konsumschlächterei so rasch eingebürgert hat, so ist dies vielleicht einem gewissen bekannten Mißtrauen zuzuschreiben, das sich im Publikum gegen das Schlächtereigewerbe überhaupt verdienter- oder unverdientermaßen geltend macht punkto Realität in der Bedienung, Willkürlichkeit im Abwägen des Fleisches und im Ansetzen der Verkaufspreise. Wir können darüber nicht urteilen, wir konstatieren bloß die Tatsache. Ob dies im Konsumverein besser ist, wissen wir auch nicht, aber das Publikum scheint den Glauben zu haben. Inwiefern er durch die

Prozeßgeschichte mit Dr. Oesch leidet, bleibt abzuwarten. Ein Rückschlag im Umsatz im Vergleich zum Vorjahr ist bis jetzt in diesem Jahr nicht eingetreten, er hat sich im Gegenteil auch bei den Wurstwaren vermehrt. Ein Besuch an Ort und Stelle hat uns überzeugt, daß es sich hier offenbar noch um einen vereinzelten Vorfall handelt. Im ganzen großen Etablissement ist uns peinliche Ordnung und Sauberkeit entgegengetreten, der der A.C.V. nicht zum mindesten die rasche Entwicklung des Schlächtereigeschäftes verdankt, das heute ca. 25 % des ganzen Basler Fleischkonsums kontrolliert.

Die übrigen größeren Schlächtereigeschäfte Basels scheinen sich keineswegs in Decadence zu befinden, sondern das Gegenteil ist der Fall. Sie haben die unbestrittene Priorität in den feinern Fleischsorten und in der Klientelle, wenn sie sie haben wollen.

Anders soll es sich mit den kleinern Metzgereibetrieben verhalten, die die Konkurrenz der Konsummetzgerei kaum mehr auszuhalten vermögen. Erstens sind sie vielfach von jüdischen Viehhändlern abhängig im Einkauf und dann werden sie vielfach vom Publikum selbst insofern ausgebeutet, als viele Leute oft erst zu ihnen kommen, wenn sie kein Geld haben, um Bareinkäufe in der Konsummetzgerei zu machen und dann bei den Privatmetzgern auf Pump kaufen. Es ist dies eine beklagenswerte Situation, an der sich aber nichts ändern läßt. Kapitalkräftige Metzger können nach wie vor existieren, aber weniger bemittelte haben schwer, die Konkurrenz nicht nur der Konsummetzgerei, sondern auch der

großen Privatbetriebe auszuhalten, die successive die kleinen schwach fundierten Metzgereibetriebe aufsaugen.

* *
*

Die Wirkung der Entwicklung der Großbetriebe des A. C. V. ist ein prägnantes Beispiel von der Umwandlung, die sich seit Jahrzehnten im sogenannten Mittelstand vollzieht; die kleinen selbständigen Existenzen nehmen ab, dagegen die Zahl der besser bezahlten Angestellten wächst. Der Mittelstand geht nicht zu Grunde, aber er nimmt andere soziale Formen an. Die Organisation, die die höhern und niedern Angestellten treffen oder noch treffen werden zu ihrem Schutz gegen die Macht der Kapitalkonzentration, sei es einer Aktiengesellschaft, eines großen Privatgeschäftes oder sogar eines Konsumvereins, sorgt schon dafür, daß ihnen die nötige Freiheit und Selbständigkeit gewahrt bleibt, und daß sie sozial genau so ehrenhaft dastehen wie vorher. Wohl aber haben Viele ihre drückenden Sorgen, die unwandelbar mit ihrer kümmerlich behaupteten sogenannten Selbständigkeit verknüpft waren, auf stärkere Schultern abwälzen können und das ist kein Unglück.

Konsumvereine und Privatgeschäfte.

Hier kommen wir nun auf einen Punkt, der bei der Beurteilung der Konsumvereinsfrage und des Vertriebs der übrigen Konsumartikel des A. C. V. in Basel und anderen Vereinen oft übersehen wird: nämlich das ganz selbstverständliche Uebergewicht eines sorgfältigen Privatbetriebes über den Genos-

senschaftsbetrieb **in der Spezialisierung der Waren**, und des Geschäftsbetriebs überhaupt, sei es im Einkauf, sei es im Verkauf. Die Genossenschaften können wohl Massenartikel billig und gut einkaufen, aber niemals werden sie, allgemein gesprochen, die Souplesse haben, mit der sich der intelligente und fachmännisch ausgebildete Privatkaufmann den Bedürfnissen seiner Kundschaft anschmiegt. Es ist dies auch nicht die erste Aufgabe der Genossenschaften, sie haben den Massen billige und gute Lebens- und Bedarfsartikel zu verschaffen, sie gegen die Macht der großen konzentrierten industriellen und landwirtschaftlichen Organisationen zu schützen, aber die Sorge für die Spezialitäten, die über das gewöhnliche Bedürfnis hinausgehen, ist weniger ihre Aufgabe. Wollten sie das in weitgehendem Maße durchführen, so müßten sie ganz anders organisiert sein. Die jetzigen Besoldungen für die höheren Beamten würden nicht mehr ausreichen, weil Geschäftsleute mit höheren Ansprüchen angestellt werden müßten.

Das bestehende Basler Lohnreglement des A.C.V. weist folgende Ansätze auf:

Klasse	Minimum	Maximum	Jährliche Aufbesserung	
1	3750 Fr.	6000 Fr.	150 Fr.	
2	3600 „	5400 „	120 „	
3	3000 „	4500 „	100 „	
4	2400 „	3900 „	100 „	
5	1800 „	3300 „	100 „	
6	1800 „	2700 „	90 „	
7	1650 „	2400 „	75 „	
8	1080 „	1380 „	30 „	1. Verkäufer
9	960 „	1260 „	30 „	2. „

Der Maximalansatz für einzelne Wenige scheint 7000 Fr. zu sein.

Dafür bekommt man heutzutage keine Leute, die in der Privatindustrie reiche Erfahrung gesammelt und sich durch ihre Tüchtigkeit eine Stellung erobert haben und die allein fähig wären, wenn mit den richtigen Kompetenzen ausgerüstet, die Konsumvereine auf eine Höhe zu bringen, die höheren Anforderungen entsprechen würde. Damit könnten aber die Konsumvereine leicht ihres einfachen demokratischen Charakters entkleidet werden, der sie heute weiten Kreisen sympathisch macht.

Heute liegt die Geschäftsleitung des A. C. V. Basels tatsächlich in der Hand des Verwaltungsrates, der aus einfachen bürgerlichen und sozialdemokratischen Elementen zusammengesetzt ist. Er genehmigt die vierteljährlichen Preislisten, zum Teil auch die Einkaufsverträge. Er beschließt über die Einrichtung aller Geschäftslokalitäten. Er entscheidet über Prozesse, übt die Oberaufsicht über das ganze Personal aus und wählt es tatsächlich nach den ihm von den Rechnungs- und Betriebskommissionen gemachten Vorschlägen.

Außerdem existieren Betriebskommissionen für alle Geschäftsbranchen, die eingangs der Arbeit genannt wurden. Diese Betriebskommissionen haben folgende Kompetenzen: provisorische Anstellung von Arbeitern und Arbeiterinnen und deren Entlassung, Erteilung von Urlaub, Verhängung von Bußen und Konventionalstrafen, Ankauf und Abschluß von Verträgen von Waren, Festsetzung der Verkaufspreise mit Ausnahme für

Brot, Fleisch und Milch, wo der Verwaltungsrat entscheidet. Anordnungen von Publikationen und Geschäftsreisen. Der Kommissionsminderheit steht das Recht zu, gegen gefaßte Beschlüsse innerhalb 3 Tagen Rekurs beim Verwaltungsrat anzuheben.

Aus diesen Angaben geht hervor, daß die Verwalter der einzelnen Branchen nicht allzu viel Kompetenzen besitzen. Die ganze Organisation ist so angelegt, daß das Dominieren einzelner Personen in der Verwaltung möglichst ausgeschlossen ist.

So darf auch der Präsident des Verwaltungsrates des A. C. V. nicht länger als ein Jahr amten. Auch der Präsident des Genossenschaftsrates (das Parlament des Konsumvereins, das u. a. den Verwaltungsrat ernennt) darf nicht länger als 2 Jahre den Vorsitz führen. „Egalité" und „Fraternité" ziehen sich durch die ganze Organisation hindurch, nur die „Liberté" läßt nach Ansicht höherer Beamten hin und wieder zu wünschen übrig. Kaufmännisch gesprochen bildet dieses demokratische System eine Schwäche des Konsumvereins, die den Privatgeschäften zu gute kommt. Wirtschaftlich und sozial gesprochen hat es innerhalb vernünftiger Grenzen seine volle Berechtigung, denn es hat den A. C. V. nicht an der Erfüllung seiner wahren wirtschaftlichen Mission gehindert: nämlich den billigen Vertrieb der Massenartikel zu vermitteln, vor allem Milch, Brot und Fleisch.

Die Konsumvereine haben, wie bereits gesagt, nicht die Aufgabe, den feinen Geschmack der obern Zehntausend zu befriedigen. Das sollen

sie der Privatwirtschaft überlassen. Wenn sie auch das erzielen wollen, dann werden sie dies nicht ohne Einbuße ihrer einfachen demokratischen Organisation erreichen können. Damit wäre natürlich die Gefahr verbunden, daß wie in jedem großen Aktienbetrieb oder Privatbetrieb die Herrschaft einzelner Personen beginnt und das ehrgeizige Trachten nach Erfolgen, Dividenden und Tantièmen, und statt belehrend und erziehend auf die Menschen einzuwirken, erzieht man sie zur Gewinnsucht und ahmt das nach, was man bekämpfen will, die Auswüchse der Kapitalkonzentration durch eine ähnliche mächtige Kapitalkonzentration, aber bloß auf schein demokratischer Grundlage. Gerade das gereicht der Konsumvereinsbewegung zum großen und unbestrittenen Verdienste, daß sie der in unserer Zeit nicht mehr zu umgehenden, monopolartigen Konzentration der Kapitalien einen Damm entgegensetzt und den Beweis liefert, daß sich auf kapitalistisch-demokratischer Basis große Erfolge in der Wirtschaftspolitik erzielen lassen, ohne daß man die Leiter mit Gold und Silber überhäufen muß. Damit soll nicht gesagt sein, daß nicht gewisse Verbesserungen im Betrieb und ganz besonders in Basel ohne Aufgabe von Grundprinzipien möglich seien, namentlich was die einheitliche Leitung des ganzen Vereins betrifft.

Geht man der falschen, von gewissen Heißspornen proklamierten Theorie aus, die Konsumvereine hätten die Aufgabe, allen Zwischenhandel zu unterdrücken, dann läge eine solche Reorganisation allerdings sehr nahe; denn wenn

man den Zweck will, so muß man auch die Mittel wollen.

Die Konsumvereine haben aber nicht die Aufgabe, aus der Unterdrückung des Zwischenhandels ein sozialpolitisches Axiom zu machen, sondern sie haben dafür zu sorgen, daß auch den Massen die Vorteile des Großbetriebs zu gute kommen für alle notwendigen Bedürfnisartikel. Das hin und wieder vorkommende systematische und häßliche Hetzen gegen die Privatbetriebe hat schon genug Unheil angerichtet und das Ansehen der Konsumvereinssache nicht erhöht, sondern weite Kreise über deren wahre wirtschaftliche Bedeutung total irre geführt. Die Stellung der Konsumvereine gegenüber dem übrigen Privathandel soll nicht eine feindliche, sondern eine freundliche oder wenigstens verträgliche sein. Das ist human, jede andere Tendenz ist unmoralisch und der Konsumvereinssache unwürdig.

Obiges gilt natürlich, wie erwähnt, nur allgemein gesprochen. Im übrigen ist zu sagen, je höher die Kulturstufe der Mitglieder eines Vereins ist, desto eher wird sich dieser bemühen, auch dem feineren Geschmack gerecht zu werden, schon aus taktischen Gründen, um die Mitglieder möglichst intensiv an den Verein zu fesseln.

* * *

Wenn eine gewisse Animosität der Konsumvereine gegen den legitimen Privat-Detail- oder Engros-Handel zu bedauern ist, so sind die Angriffe der Vertreter der letztern Kategorie gegen die Entwicklung der Konsumvereine und ihrer Verbände in Wort und Schrift mindestens ebenso unzeitgemäß.

Die kapitalistische Organisation der Konsumenten — etwas anderes sind ja die Konsumvereine und ihr Verband nicht — liegt nicht nur, wie man sagt, in dem Zug der Zeit, sondern sie wird immer mehr eine wirtschaftliche Notwendigkeit, angesichts der großen trustartigen Organisationen, die sich immer mehr auf dem Gebiet der einfachsten Bedarfsmittel Milch, Brod, Fleisch, Chokolade, Schuhe, Stoffe, auch auf Schweizergebiet heranbilden. Diesen kann nur mit großen kapitalkräftigen Konsumentenverbänden oder durch große staatliche Vorkehrungen entgegengetreten werden.

Die Privatgeschäfte en gros und en détail können diese Entwicklung nicht aufhalten, wohl aber werden sie gezwungen, sich ebenfalls zu organisieren zu großen kapitalistischen Einkaufsgenossenschaften und Rabattvereinigungen u. drgl. Die Konsumvereine können wie schon erwähnt nicht alles führen, ein großer Teil der Konsumenten wird den Privatgeschäften treu bleiben, ganz oder teilweise, namentlich bei Spezialitäten, wenn sie verstehen sich der Zeit anzupassen. Private Beziehungen zwischen Privatgeschäft und Kundschaft fesseln letztere an manches Geschäft.

Es unterliegt keinem Zweifel, daß die Privatgeschäfte von den Konsumvereinen gelernt haben. Ein Beispiel dafür ist die Basler Konsum-Gesellschaft, die ähnlich wie die in allen größern Städten existierenden Rabattgesellschaften erkannt hat, daß bei den Konsumvereinen die am Ende des Jahres winkende Dividende den größten Anziehungspunkt zum Kaufen bildet, wenig-

stens für die Frauen. Diese Dividende besitzt deshalb eine solche Anziehung, weil sie vielfach eine Art *Sondergut der Frauen* ist. Sie wandert entweder in die Sparkasse, was sehr häufig geschieht, oder die Hausfrau gestattet sich die Erfüllung eines Lieblingswunsches für die Haushaltung, was sie sonst nicht tun würde. Es ist keine Frage, diese Gewinnrückzahlung erfüllt in weitem Maß eine ethische Aufgabe. So gut nun die Konsumvereine ihre Preise so einrichten, daß sie 6—8 oder 10% Rückvergütung geben können, so gut fixieren die Privatgeschäfte ihre Preise der Art, daß sie eine Vergütung von 5 bis 6% geben können. Immerhin muß gesagt werden, die Rückvergütung bei den Konsumvereinen bedeutet die Rückgabe eines *wirklichen* Ueberschusses, bei den Privatgeschäften kann dies höchstens teilweise der Fall sein. Das Publikum soll dann selbst herausfinden, wo es billiger und besser kauft, aber die Hausfrau hat am Ende des Jahres wenigstens ihren geliebten und ersehnten Rabatt, den sie als angeblichen oder wirklichen Gewinn einstreicht, und die Menschen muß man nun einmal nehmen, wie sie sind. Uebrigens gibt es in Basel und anderswo sehr leistungsfähige Geschäfte, die sich auf die Rabattgeschichte nicht einlassen und sehr gut marschieren, weil sie die bessere Kundschaft haben, die sie besser bedienen als die Konsumvereine und die auf keine Dividenden lauert. Es ist nur billig und recht, wenn man von den besser Situierten erwartet, daß sie die Privatgeschäfte nicht vernachlässigen, denn für sie hat man die Konsumgenossenschaftsbewegung nicht ins Leben gerufen, sondern für die weniger Bemittelten.

Ein weiterer Schritt der Privatgeschäfte dürfte der gemeinschaftliche Einkauf von Massenartikeln sein. Immerhin wird hier der gemeinschaftliche Einkauf seine Grenzen haben, da die Spezialitäten gerade die Stärke der Privatgeschäfte bilden. Man hat kein Interesse, gewisse Bezugsquellen mit andern zu teilen.

Trotz der starken Entwicklung des Basler Konsumvereins hat sich auch die Basler Konsumgesellschaft im Verhältnis ebenso kräftig ausgedehnt. Die Umsätze waren folgende:

	Konsumenten	Vertragsgeschäfte	Umsatz in Mill. Fr.	Rückvergütung
1900/01	9,432	392	2,16	6 %
1901/02	13,372	400	4,69	6 %
1902/03	15,430	393	4,95	6 %
1903/04	18,055	413	5,48	6 %
1904/05	20,462	436	6,148	6 %
1905/06	22,637	441	6,698	6 %
1906/07	23,800	443	7,313	6 %

Wenn man annimmt, daß der A.C.V. seinen Umsatz von 10 Mill. Fr. 1900—1907 um 7,6 Mill. vergrößert hat, so ist die Entwicklung der Konsumgesellschaft gewiß eine erfreuliche und zeugt für die wirtschaftliche Lebenskraft Basels. Man kann sich darüber ehrlich freuen und doch der Konsumvereinsbewegung sympathisch gegenüberstehen, wenn diese wie bis anhin nach soliden Grundsätzen geführt wird und nicht nach unsoliden, das Publikum täuschenden Maximen des unlautern Wettbewerbs, wie gewisse Warenhäuser, mit denen der Konsumverein in den Jahresberichten der Konsumgesellschaft in ungerechter Weise in Parallele gestellt wird. Die Konkurrenz der Konsumvereine mag für viele eine bit-

tere sein, aber sie ist nicht unlauter, weil sie aus den Verhältnissen naturgemäß herausgewachsen ist. So lange die Geschäftsführung korrekt ist, kommt es wirtschaftlich auch nicht so viel darauf an, ob die sozialdemokratische oder die bürgerliche Partei die Oberhand besitzt in der Verwaltung. Nur so viel steht fest, daß, so bald die Konsumvereine zum Tummelplatz der Klassenverhetzung gemacht werden, dies der Anfang vom Ende ihrer großen Entwicklung sein wird. Der bisherige verdiente Verbandssekretär, Herr Dr. Hans Müller, ein Sozialdemokrat, hat dies richtig herausgefühlt. Er bemerkt in seiner Broschüre „Die Klassenkampftheorie und das Neutralitätsprinzip der Konsumgenossenschaftsbewegung“: „Wo Berufsorganisationen und Parteien, wie die Gewerkschaften und die Sozialdemokratie die Interessen einzelner Arbeiterschichten oder der ganzen Klasse gegenüber der bestehenden kapitalistischen Gesellschaft und im Rahmen des heutigen Klassenstaates vertreten und wahrnehmen müssen, mögen sie nötigenfalls den Klassenkampf proklamieren und ihn so gut sie können organisieren....

„Den Klassenkampf aber auf die Konsumgenossenschaftsbewegung ausdehnen zu wollen, sie in den Strudel der Streiks, Boykotts und Aussperrungen, der politischen Agitationen, Wahlen und Abstimmungen hineinzuziehen, ist ein Unterfangen, das nicht nur aller Logik und Vernunft ins Gesicht schlägt, sondern auch die allerfatalsten Konsequenzen zeitigen und die höchsten und wichtigsten Interessen

unseres Volkes in Gegenwart und Zukunft schwer schädigen und gefährden müßte."

Dies wäre der Fall, sobald die Konsumvereinssache eine ausschließlich sozialdemokratische Sache wäre, wenn die erzielten Gewinne zur Unterstützung von Streiks u. s. w. benützt würden. Speziell in der Schweiz ist die Entwicklung der Konsumvereine undenkbar anders als auf strikt neutralem Boden, und dies ganz besonders auf dem Lande. Den Privatgeschäften könnte ja allerdings nichts willkommener sein, als die Versozialisierung der Konsumvereine, denn das würde die kaufkräftigen bürgerlichen Mitglieder der Konsumvereine sofort zum Austritt bewegen. Die Konsumvereine werden es sich auch in den Städten zweimal überlegen, bevor sie sich auf das Glatteis einer einseitigen Sozialpolitik begeben.

Ein zweiter Punkt, in dem die Konsumgesellschaft die Konsumvereine nachahmt, das ist die Förderung der Barzahlung, die allein den Konsumvereinen einen raschen Absatz des Geldes ermöglicht und geringen Zinsverlust, wodurch sie um so konkurrenzfähiger werden. Die Rückvergütung erhält bei der Konsumgesellschaft auch nur, wer bar zahlt, wenigstens in der Regel. Die Privatgeschäfte haben den großen Vorteil gegenüber den Konsumvereinsablagen, daß sie meistens in einem viel persönlicheren Verhältnis zu ihrer Kundschaft stehen. Im Konsumverein hat man oft mehr das Gefühl von einer staatlichen Ablage, wo alles am Schnürchen laufen muß nach den Reglementen. Ein wirkliches Geschäftsinteresse und Interesse an der Kundschaft kann den Verkäuferinnen kaum recht zuge-

mutet werden, so weit sie nicht am Umsatz interessiert sind. Damit soll nicht gesagt sein, daß es nicht manchen Orts existiert.

Unbestritten ist der preisausgleichende Einfluß der Konsumvereine auf die Privatgeschäfte, nicht nur in Basel, sondern an vielen anderen Orten. Es ist uns behauptet worden, man könne z. B. in Basel bei jedem Artikel merken, ob er auch vom Konsumverein geführt werde, je nachdem der Preis mäßig sei oder nicht. Wir können dies nicht beurteilen, aber jedenfalls hat der Konsumverein preisausgleichend gewirkt. Preisruinierend kann er nicht sein für normale Geschäfte, sonst könnte der A. C. V. selbst nicht existieren und noch weniger Dividenden zahlen. Im Gegenteil, die bessern Preise auf anderen Waren müssen die billigen Milch-, Brot- und Fleischpreise ermöglichen.

Wenn die Privatgeschäfte gezwungen worden sind, sich besonders anzustrengen punkto Preis und Qualität, so ist das auch kein Unglück, weder für sie noch für die Konsumenten.

* * *

Wie gesagt, weder in Basel noch in anderen Städten hat man den Eindruck, als ob die Konsumvereine irgendwie hemmend auf die Gesamt-Entwicklung der Stadt eingewirkt hätten. Das geht u. a. deutlich hervor aus der neuesten Wohnungsenquete des Basler statistischen Amts, über die in unserem Blatte in folgender Weise berichtet wurde:

„In den „Basler Nachrichten" hat sich gegen den Schluß des Jahres 1907 zwischen Feinden und Freunden des Allg. Konsumvereins ein Streit dar-

über entsponnen, ob der genannte Verein für die wirtschaftliche Depression, die über dem Platze Basel lagert, verantwortlich zu machen sei oder nicht, und nach den erschienenen Artikeln schien es, als hänge das Wohl des Platzes Basel lediglich vom Lebensmittelhandel ab. Die Streitaxt soll hier nicht ausgegraben werden; dagegen sei hier darauf aufmerksam gemacht, daß außer dem Spezereihandel auch die produktive Tätigkeit der Einwohner Basels, sowie das ganze mächtige Geschäft des Liegenschaftshandels und des Wohnungsbaues von starker Bedeutung sind.

Das Baugewerbe im weitesten Sinne hat in den letzten 20 Jahren eine solche Ausdehnung erfahren, daß es heute unter den Erwerbsbranchen unserer Bevölkerung von ganz anderer, mächtig gesteigerter Bedeutung geworden ist.....

Wenn heute das Baugewerbe leidet, wird der sechste Teil der Bevölkerung betroffen; geht der Lebensmittelhandel schlecht — d.h. relativ schlecht — um einen Minimalkonsum kommt man nicht herum — so leiden 4% der Einwohner. Und daß nun im Baugewerbe und Liegenschaftsmarkt seit einer Reihe von Jahren Krisis herrscht, etwas gemildert durch eine bessere Tätigkeit im Bau von Fabriken in den Jahren 1905 und 1906, ist bekannt.....

Die Enquete ergibt nun, daß die Verhältnisse doch anfangen, sich zu konsolidieren, was aus folgender Aufstellung hervorgeht:

Seit 1904 nimmt die Zahl der leerstehenden Wohnungen konstant ab. Es standen in Basel im Dezember leer:

Jahr	Wohnungen allein	Wohnungen mit Geschäftslokal	Geschäftslokale allein	Total
1904	1349	41	127	1517
1905	1052	33	74	1159
1906	811	52	55	918
1907	**562**	**30**	**66**	**658**
gegen 1906	—249	—22	+11	—260

Wenn nicht alles trügt, so wachsen wir allmählich in Verhältnisse hinein, wie sie in der Stadt Zürich im Wohnungswesen bestehen, trotz der Versicherung im Jahresbericht pro 1906/07 des Hausbesitzervereins: „daß in Basel noch lange nicht Wohnungsmangel und Wohnungsnot herrsche und daß eben die Mietsuchenden noch immer genügende Auswahl haben." Nur eine Verkennung des tatsächlichen Zustandes und dessen, was die Entwicklung unserer Zahlen dartut, kann zu einem anderen Urteil als dem unserigen führen.

So rasch ändern die Verhältnisse."

Also mit dem wirtschaftlich hemmenden Einfluß des Basler Konsumvereins, der seinen Umsatz von 10,28 Mill. im Jahre 1900 auf 17,8 Mill. Fr. 1907 vermehrt hat, bei stetig gesunder werdenden Wohnungsverhältnissen, ist es nicht weit her, wohl aber darf er das Verdienst für sich in Anspruch nehmen, durch seine preisausgleichende Wirkung den Konsumenten Hunderttausende von Franken und vielleicht Millionen erspart zu haben.

In einer Arbeit von Dr. L i n d e c k e (Verlag Helbing & Lichtenhahn in Basel) „D i e A u s s i c h t e n d e r K o n s u m v e r e i n e u n d d e r k l e i n h ä n d l e r i s c h e n I n t e r e s s e n v e r-

bände" werden folgende Zahlen von Basel angeführt:

	Einwohner	Kolonialwarenhandlungen	auf ein Geschäft kommen Einwohner
1877	ca. 60,000	115	522
1880	65,101	159	409
1890	79,000	181	437
1900	112,842	273	413
	Nach Angaben des Basler Statistischen Amtes		
1905	122,010	362	337

Unter den 362 Handlungen sind nota bene 55 Filialen des A.C.V. (Spezereihandel) nicht inbegriffen; es stecken auch keine reinen Engrosgeschäfte darin. Es sind lauter Läden mit Detailhandel.

Von einem Niedergang des Privathandels trotz der enormen Entwicklung des A.C.V. ist also auch in Basel nicht die Rede. Allerdings der Einfluß läßt sich nicht leugnen, daß die Privatgeschäfte nur noch rentieren, wenn sie von wirklich geschäftskundigen, fleißigen und mit dem nötigen Kapital ausgerüsteten Leuten geführt werden, im Gegensatz zu früher, wo wenigstens der Kleinhandel sich einer gewissen Beschaulichkeit hingeben konnte. Das hat aufgehört, aber nicht nur im Spezierhandel, sondern überall. Für viele kleine Leute ist es besser, in einem größeren Privatgeschäfte oder in einem Konsumverein angestellt zu werden, als ein kleines Geschäft ohne Mittel, Kenntnisse und Rendite zu führen.

* * *

Mit der Zeit dürften sich die Konsumvereine und zunächst die Verbandsorganisation in Basel auch produktiv in der Fabrikation versuchen und

damit auch dem schweizerischen Fabrikanten nahe treten. Bis jetzt waren die Erfahrungen keine sehr glücklichen auf genossenschaftlichem Gebiete in der Schweiz, weil das persönliche Interesse, die Erfahrung und auch die Notwendigkeit fehlte. Auch liegt heute die ganze Produktion der wichtigsten Bedarfsartikel (Stoffe, Schuhe, Tuche 2c.) zu sehr bereits in den Händen des Großkapitals, das zu billigsten Preisen fabrizieren kann, wenn es will. Allerdings ist nicht ausgeschlossen, wenn die schweizerischen Fabrikanten für Schuhe, Stoffe, Mehl, Bier u. drgl. einen ungebührlichen Nutzen aus den zu ihrem Schutz geschaffenen Kartellen, sowie aus dem neuen Zolltarif u. s. w. ziehen sollten, daß dann auch der Moment für die genossenschaftliche Produktion gekommen sein dürfte, so gut er im Handel gekommen ist, nicht ohne Schuld der Privathändler, die heute über die Konsumvereine jammern.

In Pratteln läßt der Verband bereits Studien machen für die produktive Organisation, die, wie eingangs erwähnt, in England und Schottland enorme Dimensionen angenommen hat.

Die Konsumvereine und der Staat.

Die unabgeklärten Beziehungen der Konsumvereine in steuerrechtlicher Beziehung zum Staat haben schon zu viel Streit und Zank Anlaß gegeben, und es wäre ungerecht, zu behaupten, das Unrecht hätte bloß auf Seiten der Vereine gelegen. Bei den Konsumvereinen verhält es sich in der Regel wie bei den Aktiengesellschaften: man kann bei ihnen

weder von Vermögen noch von Einkommen reden, denn die Aktiven oder deren Ueberschuß über die Passiven gehören den Aktionären resp. Genossenschaftern oder den Besitzern von Anteilscheinen. Trotzdem unterwerfen die meisten Kantone die Aktiengesellschaften und die Konsumvereine den gewöhnlichen Steuergesetzen über Vermögen und Einkommen in völliger Verkennung des richtigen Sachverhalts, wobei die größten Ungerechtigkeiten vorkommen können und auch vorkommen, namentlich bei Anwendung der Progressivsteuer. Das einzig Richtige ist, die Aktien und die ausbezahlten Dividenden bei den Besitzern der Aktien zu besteuern und die juristische Erwerbsgesellschaft, Aktiengesellschaft oder Genossenschaft einer Sondersteuer zu unterwerfen, wie es in vorbildlicher Weise Basel tut. Zuerst von allen Kantonen hat St. Gallen die gesonderte Besteuerung der juristischen Erwerbsgesellschaften nachgeahmt, und Zürich will ihm folgen nach den Vorschlägen der dortigen Handelskammer, die sich der Kanton St. Gallen zuerst zu nutze gemacht hat.

Die Besteuerung der Konsumvereine wird noch dadurch erschwert, daß, wenn nur an Mitglieder verkauft wird, die das Kapital zum Einkauf der Waren geliefert haben, man nicht von einem Gewinn oder Ertrag reden kann, wenn man denselben Leuten, die das Geld zum Einkauf geliefert haben, die damit gekauften Waren zu höherem als dem Ankaufspreis verkauft, woraus natürlich ein Ueberschuß am Ende des Jahres entsteht, den man den Mitgliedern zurückvergütet. Wird auch an

Nichtmitglieder verkauft, so wird an diesen Verkäufen ein wirklicher Handelsgewinn erzielt, der versteuerbar ist, was man bei dem durch Verkäufe an Mitglieder erzielten Ueberschuß wenigstens theoretisch nicht sagen kann. Dies ist der Grund, warum in Deutschland und Oesterreich u. W. die Konsumvereine einer Vermögenssteuer überhaupt nicht unterliegen und der Einkommenssteuer bis in jüngste Zeit nur dann, wenn die Vereine auch an Nichtmitglieder verkaufen. Baden machte eine Ausnahme, da es alle Konsumvereine besteuert.

Erst mit der Steuernovelle vom 19. Juni 1906 hat Preußen den Unterschied zwischen Vereinen, die an Mitglieder verkaufen und solchen mit „offenen Läden" laut Gesetz von 1891 ausgeschaltet. Der Vermögens- oder Ergänzungssteuer unterliegen die Konsumvereine heute noch nicht.

Die Delegiertenversammlung der schweizerischen Wirtschaftsgenossenschaften verlangte am 21. März 1898 in Zürich, daß als Vermögen die im wirklichen Besitz der Genossenschaften befindlichen Fonds (Reserve 2c., nicht aber auch die Gutscheine, Anteilscheine, Spareinlagen 2c.) der einzelnen Mitglieder besteuert werden, welche letztere in Wirklichkeit Schulden der Genossenschaft vorstellen, daß die Einkommens- resp. Erwerbsteuer nur von den jährlichen Zuteilungen zum Genossenschaftsvermögen erhoben werde, allenfalls noch von den durch den eventuellen Verkauf an Nichtmitglieder entstandenen Gewinnen, sofern diese nicht ebenfalls zurückbezahlt werden, unter keinen Umständen aber

von dem gesamten zur Rückvergütung an die Mitglieder gelangenden Betriebsüberschusse.

Diese ganze Auffassung hat etwas geschraubtes. Der Unterschied zwischen Mitgliedern und Nichtmitgliedern wird sich auf die Dauer nicht halten lassen. Es ist nicht zu wünschen, daß er in der Schweiz adoptiert wird, denn es ist eine Fiktion, bei der heutigen Geschäftsgebarung der Konsumvereine, auch wenn sie bloß an Mitglieder verkaufen sollten, nicht von Steuerpflicht reden zu wollen. Ursprünglich mag dies berechtigt gewesen sein, als es sich lediglich um billigen Bezug und Verteilung bestimmter Artikel unter die Mitglieder handelte. Die Konsumvereine profitieren vom Staat und seinen Einrichtungen so gut wie andere Geschäfte.

Genossenschaften, die bloße Einkaufsgenossenschaften sind, um ihren Mitgliedern gewisse Bedürfnisse billiger und zu Kostenpreisen zu verschaffen, landwirtschaftliche Maschinen, Kohlen, oder die den gemeinschaftlichen Gebrauch von teuern Maschinen, Zuchtstieren, Hengsten 2c. bezwecken, kann man eher steuerfrei lassen. Eine bescheidene Steuer ist indessen auch dort gerechtfertigt.

Allerdings haben die Konsumgenossenschaften es in der Hand, den zu versteuernden Ueberschuß zum Teil verschwinden zu lassen durch Reduktion der Verkaufspreise, und sie haben auch schon damit gedroht. (Siehe Protokoll der Delegiertenversammlung 1898, S. 104.)

Das ist schneller gesagt als getan. Jede Genossenschaft muß die nötigen Beträge für Abschreibungen,

etwaige Verluste rc. liquid halten. Gesetzt auch, die Maßregel lasse sich durchführen, so würde damit der Fiskus sofort mit der Gegenmaßregel, der Umsatzsteuer, wie z. B. in Sachsen, antworten, die sie viel schärfer treffen würde, und mehr als eine fiskalische Notwehr zu betrachten wäre.

Zug kennt bereits die Bestimmung, wenn nicht auf Geschäftsgewinn gearbeitet werde, so finde die Patentierung statt nach Maßgabe des Geschäftsumsatzes.

Die Konsumgesellschaften lassen sich nicht mit humanen Einrichtungen, wie Spitäler und Stiftungen vergleichen, die für alle wohltätig wirken. Sie bieten allerdings ihren Mitgliedern Vorteile, machen aber den Spezierern und Gewerbetreibenden nicht nur erhebliche Konkurrenz, sondern verdrängen sie zum Teil. Diese Konkurrenz ist legal und geschäftsmäßig, aber sie bildet das Kriterium, daß es sich bei den Konsumvereinen nicht um eine allgemeine humane Einrichtung, sondern um ein nach kaufmännischen Regeln geführtes Geschäft handelt, bei dem der Gewinn, statt in die Taschen einer einzelnen Person zu fließen, allen Genossenschaftern zu gute kommt. Die Konsumvereine nehmen in größerem oder geringerem Maße den Platz der Spezierer, Bäcker und Metzger rc. ein, und es ist ganz natürlich, daß der Fiskus trotz aller theoretischen Finessen einfach darauf angewiesen ist, in ähnlicher Weise auf sie zu greifen, um so mehr, als er

es nicht mit einem Wohltätigkeitsinstitut zu tun hat.

In seinem Entscheid vom 11. Okt. 1899 in Sachen des Konsumvereins Baden entschied das Bundesgericht u. a.: „Es ist zuzugeben, daß sich der Konsumverein Baden nach seinem Zweck und nach seiner Organisation als eine Art Gemeinwirtschaft darstellt, als eine Personenvereinigung, die dadurch, daß sie selbst Waren ankauft, in Verbindung mit der Art und Weise, wie sie dieselben an ihre Mitglieder abgibt, diesen den Handelsprofit zum größten Teil zuwendet und ihnen so eine Ersparnis verschafft. Allein nach außen tritt der Verein nicht nur als selbständiges Rechtssubjekt, sondern auch als besonderer wirtschaftlicher Organismus auf, der als solcher durch seine Vertreter Handel treibt und nach seiner äußeren Geschäftsgebarung als Erwerbsgenossenschaft bezeichnet werden muß. Dieser Charakter der Vereinigung tritt nicht nur im Verhältnis zu den Verkäufern, von denen sie Waren bezieht, und zu Dritten hervor, sondern es ist auch die Abgabe von Waren an die Mitglieder keineswegs eine bloße Verteilung, sondern ein gewöhnlicher Verkauf, dessen ökonomisches Ergebnis zunächst einzig der Genossenschaft als solcher zukommt."

Wie die Konsumvereine besteuert werden, ob in Form einer Umsatzsteuer oder durch Besteuerung ihrer Reserven und ihrer Ueberschüsse, darauf kommt es nicht in erster Linie an. Die Hauptsache ist, daß sie in Anbetracht ihrer heutigen wirtschaftlichen Stellung steuerrechtlich nicht zu sehr begünstigt werden dürfen auf Kosten der Privatgeschäfte.

Beim Konsumverein ist in der Regel die juristische

Konstruktion etwas anders als bei der Aktiengesellschaft, indem die Mitglieder sehr oft keine Aktien- oder Genossenschaftsanteilscheine besitzen. In Basel wird man z. B. durch bloße Bezahlung eines Eintrittsgeldes Mitglied des Konsumvereins, der für sich eine Genossenschaft bildet, die in der Tat Vermögen besitzen kann, bei der sich der Anteil des einzelnen Mitgliedes an diesem Vermögen aber nicht wie bei der Aktiengesellschaft präzisieren läßt. So weist die Bilanz des A. C. V. pro 1906 trotz seiner 16 Mill. Fr. Umsatz kein Genossenschaftskapital auf. Zur Versteuerung gelangten pro 1906 bloß 85,614 Fr. Eintrittsgelder mit einer Steuer von 747 Fr. Das Hauptsteuerobjekt bildete nur der Einnahmenüberschuß von 1,3 Mill., der mit 17,476 Fr. besteuert würde. Die Totalsteuer betrug somit 18,223 Fr. Dazu kommen noch die verschiedenen Patentgebühren für Wein- und Bierverkauf in den verschiedenen Ablagen mit 17,900 Fr. Summa 36,123 Fr.

Als eigentliche Ertrags- und Kapitalsteuer fallen bloß 18,223 Fr. in Betracht, was außerordentlich wenig ist gegen die Beträge, die Privatgeschäfte mit einem Umsatz von 16 Mill. Fr. versteuern müßten. Es dürfte außer Genf kaum einen Konsumverein in der ganzen Schweiz geben, der vom Fiskus so begünstigt wird, wie der A. C. V. in Basel. Die Klagen der Privatgeschäfte sind daher gerechtfertigt, wenn man annimmt, was die Konsumvereine an andern Orten der Schweiz steuern müssen. Nachstehende Beispiele aus den Verwaltungsrechnungen von 1906 geben darüber Auskunft:

Rechnungsjahr 1906/7.

Ort	Umsatz in Mill. Fr.	Ueberschuß der Einnahmen	Staats-, Gemeindesteuern	Diverse Abgaben Kleinverkauf Alkohol 2c.	Total	Proportionaler Uebertrag auf Umsatz Basel A. C. V. v. 16,4 Mill. Fr.
Zürich . .	4,51	ca. 320,000	6,412	6,545	12,957	47,450
Winterthur .	0,56	29,140	621	830	1,451	43,500
Töß . . .	0,505	42,747	1,386	1,111	2,497	85,500
Bern . .	2,5	247,359	10,170	1,560	11,700	76,000
Luzern . .	3,04	256,400	9,008	500	9,508	50,350
Solothurn .	0,576	39,740	1,315	630	1,945	ca. 60,000
Olten . .	1,41	144,200	11,236	—	11,236	130,000
Basel . .	16,4	1,295,000	18,223	17,900	**36,123**	**36,123**
Herisau 1906/7	0,328	23,751	1,891			94,450
St. Gallen .	2,038	178,000	28,228	—	28,228	225,720
Rorschach .	0,474	56,500	4,360	145	4,505	154,000
Utzwil . .	0,407	17,760	3,524	ca. 376	3,900	156,000
Chur 1905 .	0,639	51,052	14,000	—	14,000	358,000
Arbon . .	0,529	18,950	3,311	—	3,311	102,600
Genf 1906/7	4,216	627,000			4,239	ca. 17,000

Noch viel günstiger gestaltet sich das Verhältnis für den A. C. V. in Basel, wenn bloß die dort und andernorts bezahlte Vermögens- und Einkommenssteuer einander gegenübergestellt und diese auswärtigen Steuern auf den Basler Umsatz umgerechnet wird: Basel 18,223, Winterthur 18,600, Zürich 23,083, Töß 46,200, Luzern 47,700, Bern 65,600, Herisau 94,450, Arbon 102,600, Utzwil 140,000, Rorschach 148,000, St. Gallen 225,720, Chur 358,000.

Die Uebertragung der auswärts bezahlten Steuersummen auf den B a s l e r U m s a t z gibt nur einen u n g e f ä h r e n Anhaltspunkt für Vergleichungen. Um diese ganz exakt zu machen, müßte man die Steuerbetreffnisse überall nach der Basler Steuerpraxis ausrechnen resp. reduzieren können.

Die in der Ostschweiz übliche Steuerpraxis soll keineswegs als Norm gelten dürfen, im Gegenteil sie bildet z. T. eine ganz ungehörige Belastung der Konsumvereine, die diese aber nicht verhindert hat, sich zu entwickeln. Leider geht dies auf Kosten der K o n s u m e n t e n, denn die hohen, namentlich in St. Gallen und besonders in Chur alles gerechte Maß übersteigenden Steuern müssen natürlich auf die Warenpreise geschlagen werden. Niemand wird behaupten wollen, daß dies wirtschaftlich rationell sei, besonders an Orten wie St. Gallen, wo das Leben sonst sehr teuer ist. Aber zwischen den ostschweizerischen Ansätzen und denen in Basel, Genf, Winterthur und Zürich gibt es noch etwas in der Mitte. Bern dürfte am ehesten das richtige Maß einhalten.

Eine angemessene Besteuerung des Vermögens (Reserven, event. Immobilien) und des Einkommens oder des Ertrags der Konsumvereine ist um so gerechtfertigter, als die Ueberschüsse, die an die Mitglieder abgeliefert werden, so gut wie nicht versteuert werden. In Basel scheint uns gegenüber den Privatgeschäften jedenfalls d i e Unbilligkeit zu bestehen, daß diese ihr ganzes Vermögen versteuern müssen, der Konsumverein nicht, obwohl er für 3 Mill. Fr. Immobilien besitzt und über 700,000 Fr.

Reserven, die er beide in den meisten Kantonen versteuern müßte.

Gegenüber den Aktiengesellschaften in Basel besteht die Unbilligkeit, daß diese ihr Aktienkapital versteuern müssen, das beim A. C. V. gar nicht existiert, auch nicht in Form von Anteilscheinen; während man bei ihm, falls als Aktiengesellschaft organisiert, bei einem Umsatz von 16—17 Mill. ein Aktienkapital von 4—5 Mill. voraussetzen könnte und 6000—7500 Fr. Kapitalsteuern statt 747 Fr. auf bezahlte Eintrittsgelder. In Basel soll nun dem Uebelstand zunächst teilweise dadurch abgeholfen werden, daß auch der Reservefonds sowohl bei Aktiengesellschaften als bei Genossenschaften, also auch des A. C. V. zur Besteuerung herangezogen wird, was für den A. C. V. eine bescheidene Mehrbelastung ausmachen wird.

Es ist dies bloß ein weiteres Beispiel dafür, daß man Aktiengesellschaften und Konsumvereine oder überhaupt genossenschaftliche Organisationen nicht nach ein und derselben Schablone behandeln darf. Man darf ruhig sagen, es gibt kein einziges kantonales Steuergesetz, das auf die Eigentümlichkeiten der Konsumvereine und der Genossenschaften überhaupt in richtiger Weise Rücksicht nimmt, das muß erst noch kommen.

Die richtigste Steuer bei Konsumvereinen wäre eigentlich die bloße Umsatzsteuer als Hauptsteuer, und zwar deshalb, weil es aus oben angeführten Gründen fast undefinierbar ist, was bei Konsumvereinen wirklicher Gewinn ist, und was nicht.

Im Ganzen haben die dem schweizerischen Verband angehörenden Konsumvereine im Jahr 1907 auf einem Umsatz von 70 Mill. Fr. ca. 200,000 Fr. Steuern bezahlt oder ca. 0,3 %, was gewiß nicht viel ist. Die Konsumvereine haben im Durchschnitt wahrlich keine Ursache, sich über allzu hohe Steuerlasten zu beklagen.

* * *

Ganz anders verhält sich die Steuerfrage für die Basler Konsumgesellschaft, die der Basler Fiskus erst ebenfalls zur Steuer herangezogen hat für den Betrag der von ihr rückvergüteten Gelder. Das Verwaltungsgericht für Baselstadt hat mit Recht erkannt, daß die Basler Konsumgesellschaft keine Erwerbsgesellschaft sei und eine Erwerbssteuer zu Unrecht erhoben worden sei. Der von der Gesellschaft zur Verteilung gelangende Skonto resultiert nicht wie beim A. C. V. aus einem Geschäftsbetrieb, sondern diese Summe wird durch Beiträge der einzelnen Firmen aufgebracht und kann daher nicht als Geschäftsgewinn der Basler Konsumgesellschaft betrachtet werden. Diese Beiträge gehören einfach zu den Unkosten, die jede zur Konsumgesellschaft gehörende Firma hat. Die Konsumgesellschaft resp. ihr Bureau ist weiter nichts als die Sammel- und Verteilungsstelle für diese Beiträge.

Das Facit.

In vorstehenden Ausführungen sind die wirtschaftlichen Seiten der Konsumvereinsfrage kurz erörtert worden. Auf sozialpolitische, kommunistische, utopistische Hoffnungen, die sich daran knüpfen, kann

hier nicht eingetreten werden, nach dem Grundsatz: Religion ist Privatsache. Es gibt nämlich auch eine Konsumvereinsreligion, eine Schar von Gläubigen, die das Heil der Welt und der Menschen im endlichen Sieg der Konsumvereinssache erblicken. Die Berechtigung dieser Hoffnungen haben wir nicht zu untersuchen. Was uns interessiert, ist das Sichtbare, die rauhe Wirklichkeit, sonst hätte der Rahmen der Studie viel weiter gezogen werden müssen.

Trotzdem sind wir weit entfernt, die ideale Seite der Bewegung gering zu schätzen. Ohne den Glauben an die nicht zu verkennenden hohen Ziele der Genossenschaftsbewegung und die ideale, bei vielen fast religiöse Begeisterung dafür wäre die Entwicklung der den Genossenschaftsgedanken repräsentierenden Konsumvereine nie soweit gediehen. Es ist allerdings ein Irrtum zu glauben, die Genossenschaftsidee werde bereits von den Massen erfaßt. Einstweilen sind es mehr die Leiter und lange nicht alle, deren ganzes Denken davon erfüllt ist und die bereit sind, für deren Förderung sich Opfer aufzuerlegen in dieser oder jener Form, sei es, daß sie ihre Zeit fast umsonst hergeben, sei es, daß sie eine große Verantwortung und Arbeit in der Verwaltung übernehmen zu einem Preis, der in den Privatgeschäften weit überstiegen wird.

Es soll nicht geleugnet werden, daß es manche Leute gibt, die nicht immer ganz uneigennützig sind in ihrer Opferwilligkeit, die oft zum Schaden einer rationellen Verwaltung gerne eine Rolle spielen in einer Konsumvereinsverwaltung, die sie sonst nirgends spielen könnten. Die bestimmen aber

nicht den Geist der Bewegung. Im übrigen kaufen die meisten Leute nicht beim Konsumverein, um das genossenschaftliche Prinzip zu fördern, sondern weil ihnen nach ihrer Idee dort wirtschaftliche Vorteile winken (Rückvergütungen, billigere Preise usw.). Dies gilt speziell von den bürgerlichen Kreisen. Beim Arbeiter kommt noch das Moment dazu, daß er die Konsumvereine als eine Institution der Arbeiter betrachtet, ein angeblich antikapitalistisches Gebilde, das man unterstützen müsse.

Wie wiederholt ausgeführt, haben die Konsumvereine und ihr Verband in ihrer Gesamtheit das Gute und die Aufgabe, daß sie den Auswüchsen der Kapitalkonzentration speziell bei der Erstellung und dem Handel notwendiger Bedarfsartikel einen wirksamen Damm entgegensetzen durch eine ähnliche Konzentration materieller Kräfte vieler Tausender von Konsumenten, denen der durch diese Konzentration erzielte Nutzen zu gute kommt, und nicht nur einigen Auserwählten, und daß die Konsumenten mehr oder weniger die Preise bestimmen und nicht irgend ein Syndikat, ein Trust oder dgl.

Daß die Konsumvereine wirtschaftlich eine zeitgemäße Erscheinung sind, beweist ihre automatische Ausdehnung trotz dem teilweise mangelhaften Verwaltungsorganismus. Allein durch ihren preisausgleichenden Einfluß haben sie den Konsumenten Millionen erspart und das ist in heutiger Zeit der allgemeinen Verteuerung eine wirtschaftliche Tat. Sie haben Tausende zur Sparsamkeit veranlaßt und zu soliderm Einkaufsgebahren, d. h. zur Barzah-

lung. Die Konsumvereine sind für die Unbemittelten in erster Linie berechnet und leisten ihnen ohne Zweifel große Dienste.

Die Konsumvereine können und werden nie den Zwischenhandel absorbieren. Ihre heutige, der wahren demokratischen Genossenschaftsidee zu Grunde liegende Organisation befähigt sie nicht dazu. Diese ihnen infolge ihrer Organisation anhaftende Schwäche (Ausschluß einer autokratischen Personalherrschaft und Bezahlung der Leiter innerhalb gewisser bescheidener Grenzen und nicht nach ihrem geschäftlichen Wert für die Unternehmung nach Art der Privatgeschäfte usw.), ist gerade eine der Lichtseiten der Konsumvereine. Ihre Aufgabe besteht nicht in der Vernichtung des Zwischenhandels, sondern darin, denen das Leben erträglich zu machen, die um ihre Existenz besonders zu kämpfen haben, seien sie nun bürgerlich oder sozialdemokratisch, das ist einerlei. Das läßt sich mit der demokratischen Organisation erreichen, aber nicht, wenn man alles monopolisieren will.

Dank dem im Allgemeinen bessern Anpassungsvermögen des Privathandels an die Bedürfnisse hauptsächlich der bessern Kundschaft, bleibt diesem stets eine weite Domäne gewahrt, abgesehen davon, daß es viele Leute gibt, die aus natürlichem Gerechtigkeitsgefühl nicht einzusehen vermögen, warum die Privatgeschäfte nicht vornehmlich von denen unterstützt werden sollen, die im Leben besser gestellt sind und die der durch die Konsumvereine gebotenen Vorteile nicht so bedürftig sind, m. a. W. für die man die Konsumvereine nicht geschaffen hat.

Auf die Privatgeschäfte haben die Konsumvereine in der Hauptsache nur vorteilhaft eingewirkt, indem sie jene zu intensiverem Wirken angespornt haben und zu soliderm Geschäftsgebaren, namentlich was das Kreditieren betrifft.

Gerade in dem Moment, daß die Konsumvereine nicht alles absorbieren und nicht allen Bedürfnissen entgegenkommen können, liegt die andauernde Existenzberechtigung des Privathandels, wo der einzelne intelligente und kapitalkräftige Kaufmann mit dem Aufgebot aller seiner Kräfte, angespornt durch die Aussicht auf den für seinen Unterhalt nötigen Gewinn, im Allgemeinen höhere Leistungen zu Tage fördern kann als der mehr wie ein großer staatlicher Apparat funktionierende Konsumverein, der im Allgemeinen seine Aufgabe erfüllt, wenn er die Hauptbedarfsartikel des Lebens billig und gut liefert. Das ist eine ziemlich allgemeine Beobachtung.

Allerdings läßt sich nicht leugnen, daß viele kleinere private Betriebe verdrängt worden sind. Daran sind die Konsumvereine aber nicht allein schuldig, sondern die ganze Zeitrichtung. Auch große Privatgeschäfte, Centralhallen u. dgl. tun dasselbe. Das gehört zur gegenwärtigen Konzentrationsbewegung auf allen Gebieten, von der die Konsumvereinsbewegung nur einen Typus bildet mit vielen Härten für die Kleinen, aber ohne in bewußter Weise die Auswüchse der großen kapitalistischen Organisation nachzuahmen.

Diese kapitalistische, für viele verhängnisvolle Seite der Konsumenten-Organisationen ist auch der

Grund, warum wir sie nicht zu den eigentlichen Wohlfahrtsinstituten zählen können.

Steuerrechtlich sollen die Konsumvereine dem Staat den Tribut so gut leisten, wie der kleine, mittelgroße oder große Krämer, und wenn die bestehenden Steuergesetze dazu nicht ausreichen, so soll man sie reformieren. Wenn infolge der kapitalistischen Organisation der Konsumvereine so und so viel steuerkräftige Existenzen, die nach der Diktion von Dr. Hans Müller „aus der Befriedigung der Bedürfnisse der Konsumenten ein zum Zweck des Gewinns betriebenes Gewerbe" gemacht haben, verschwunden sind, so entsteht ein Steuerausfall, für den der Staat sich bei den Konsumvereinen erholen muß in irgend einer Form, das versteht sich ganz von selbst.

Zu irgend welcher unbilliger Begünstigung der Konsumvereine durch den Staat gegenüber den Privatgeschäften liegt keine Veranlassung vor, und sie wird auch in den meisten Kantonen nicht praktiziert.

Das sind die Ergebnisse einer Studie, die wir sine ira et studio über die Konsumvereinsbewegung in Basel speziell und in der Schweiz im Allgemeinen angestellt haben. Sie dürften zur Genüge dargetan haben, daß alles Ankämpfen gegen natürliche Dinge im wirtschaftlichen Leben nichts nützt und daß sowohl dem Privathandel als der Konsumvereinssache, sowohl in Basel als anderswo, jedem auf seinem Gebiet, die Existenzberechtigung noch für lange gewahrt bleiben wird und daß beide ihre gesonderten Aufgaben im wirtschaftlichen Leben zu erfüllen haben.

